



**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KETERSEDIAAN  
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MUSEUM  
KRETEK KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

**Diajukan Oleh:**

**MASHURI**

**201211200**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2016**

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KETERSEDIAAN  
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN MUSEUM KRETEK KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, .....Juli 2016

Mengetahui

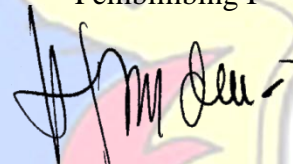
Ketua Program Studi Manajemen



**Noor Aziz, SE, MM**

NIDN. 0609107501

Pembimbing I



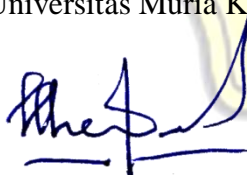
**Dr. Mamik Indaryani, MS**

NIDN. 0628045901

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

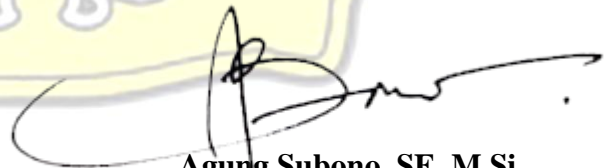
Universitas Muria Kudus



**Dr. H. M. Edris, Drs. MM**

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**Agung Subono, SE, M.Si**

NIDN. 0520017602

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTO**

**“Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah sungguh – sungguh urusan lain. Hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap”**

**(Qs. Al – Insyirah: 6 – 8)**

**“Ilmu lebih baik daripada harta, ilmu akan selalu menjagamu, sedangkan harta harus kau jaga. Harta kita akan terkikis habis dan penumpuk harta akan lenyap bersamaan dengan kekayaan”**

**(H. R. Ali bin Abi Thalib)**

**Skripsi ini aku persembahkan untuk:**

- 1. Bapak dan Ibu Tercintaku.**
- 2. Kakakku Tersayang.**
- 3. *Speciality girl in my live* Ummi Chumaidah.**
- 4. Saudara dan sahabatku**
- 5. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)**
- 6. Almamater UMK**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabbi'l'amin, Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Ketersediaan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kretek Kudus**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Suparno, SH., MS selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs., MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Dr. Mamik Indaryani, MS selaku Dosen Pembimbing I yang tak pernah lelah dan dengan sabar memberikan pengarahan petunjuk dan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Agung Subono, SE, MSi selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, saran dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kudua Orang Tua tercinta yang dengan penuh ketulusan hati memberikan kasih sayang, motivasi, nasehat, semangat, dukungan, serta doa yang tiada henti demi keberhasilan ananda.



6. Kepada kakakkku tercinta yang dengan sabar senantiasa membimbing, memberikan motivasi, dan doa hingga dapat menyelesaikan study ini. Semoga ini menjadi modal buat kita untuk membanggakan keluarga.
7. *Speciality girl in my live* Ummi Chumaidah yang selalu menemanin, memberikan dukungan, semangat, dan motivasi hingga terselesainya skripsi ini.
8. Kepada saudaraku Siti Munawaroh Alias si Bawel, saya mengucapkan banyak terimakasih atas semua bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua teman – teman kos ku “Pejuang Malam” yang dari awal masuk kulyah sampai sekarang yang selalu bersama - sama berjuang dalam menuntut ilmu dan memberikan dukungan hingga terselesainya skripsi ini
10. Semua sahabat dan teman – temanku seangkatan maupun beda angkatan, Malik Khairul Anam, M. Imam PA, M. Rossidi AY, M. Arifin, Hasan, Afrizal, Adi, Sutopo, Prasetya Bayuaji P, Achmad Andreanto, M. Lutfi Arif, Eka Neta Putry, Fitrya DNA, Ulfa Ariska, Uctiana, Putry Oktaviani, Risma Nilawati, Kuswati yang memberikan masukan hingga terselesainya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan sumber dari beberapa buku dan sumber lain sebagai acuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini baik dari segi sistematika maupun isi masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan dan menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga dengan tersusunnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kudus,..... Juli 2016

Penulis

**Mashuri**

2012 11200



# **PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KETERSEDIAAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MUSEUM KRETEK KUDUS**

**Mashuri**

NIM. 2012 – 11 - 200

Pembimbing : 1. Dr. Mamik Indaryani, Dra. , M. S.  
2. Agung Subono, SE, M.Si

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

## **ABSTRAKSI**

Melihat kondisi sekarang ini dimana persaingan dalam usaha barang maupun jasa semakin ketat, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pengusaha harus memiliki strategi yang tepat dalam menjual barang atau jasanya. Komunikasi pemasaran dan fasilitas merupakan faktor terpenting dalam keberhasilan sebuah perusahaan jasa dan merupakan faktor terpenting bagi kepuasan pelanggan. Dalam rangka mengembangkan pemikiran mengenai komunikasi pemasaran, ketersediaan fasilitas dan kepuasan pelanggan, penulis melakukan penelitian mengenai keterkaitan antara komunikasi pemasaran, ketersediaan fasilitas dan kepuasan pengunjung Museum Kretek Kudus. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh komunikasi pemasaran dan ketersediaan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Museum Kretek Kudus.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Museum Kretek Kudus. Metode dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan bantuan menggunakan SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa  $Y = 2,959 + 0,714 X_1 + 0,122 X_2$ , variabel yang mempengaruhi kepuasan pengunjung secara parsial adalah komunikasi pemasaran berpengaruh sebesar 71,4% dan ketersediaan fasilitas berpengaruh sebesar 12,2%. Sedangkan secara simultan (f) menunjukkan bahwa kedua variabel bebas komunikasi pemasaran dan ketersediaan fasilitas secara simultan atau bersama – sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Angka *Adjusted R Square* 0,685 menunjukkan bahwa 68,5% variabel kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas yakni komunikasi pemasaran dan ketersediaan fasilitas, sedangkan sisanya 31,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini. Pihak pengelola Museum Kretek Kudus perlu menambah fasilitas bermain dan menjaga dan memperbaiki fasilitas yang sudah tersedia.

Kata Kunci : Museum Kretek Kudus, Komunikasi Pemasaran,  
Ketersediaan Fasilitas, Kepuasan Pengunjung.

Daftar Buku yang digunakan : 22 (Tahun 200 – 2014).

**EFFECT OF MARKETING COMMUNICATION AND AVAILIBIITY  
OF FACILITY TO VISITOR SATISFACTION OF KRETEK MUSEUM IN  
KUDUS**

**Mashuri**

NIM. 2012 – 11 - 200

Pembimbing : 1. Dr. Mamik Indaryani, Dra. , M. S.  
2. Agung Subono, SE, M.Si

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS  
STUDY PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS**

**ABSTRACT**

*Nowadays, competition of goods and service work is more discipline, so to solve this condition the businessman should has the best strategies in selling the good and service. Marketing communication and availibility of facility are the important factor of the success of service business and visitor satisfaction. In developing mindset of marketing communication, availibility of facility, and visitor satisfaction, the writer conduct the research about correlation between marketing communication, availibility of facility, and visitor satisfaction of Kretek Museum in Kudus. The purpose of this study is to analyze the effect of marketing communication and availibility of facility to visitor satisfaction of Kretek Museum in Kudus.*

*The population of ths study is the visitor of Kretek Museum in Kudus. The sample of this study is taken by accidental sampling. The data variable collection is using questionnaire. The method of analysing the data is descriptive quantitative, double regression analysis and hypothesis testing using SPSS.*

*Based on the result of this research conclude that  $Y = 2,959 + 0,714 X_1 + 0,122 X_2$ , vaiable which has the big effect of visitor satisfaction partially is marketing communication as much as 71,4% and availibility of facility has an effect as much as 12,2%. Simultaneously the both independent variable marketing communication and availibility of facility have significant effect to visitor satisfaction. Adjusted R Square 0,685 shows that 68,5% variable of visitor satisfaction can be explained by the both independent variable, such as marketing communication and availibility of facility, beside 31,5% is the other variable. The manager of Kretek Museum in Kudus needs to add the game facility and also keep and make over the availibility of facility.*

**Keywords:** *Kretek Museum In Kudus, Marketing Communication, Availibiity of Facility, and Visitor Satisfaction*

**Bibliography:** 22 (year 2000-2014).



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	8
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Pariwisata .....	12
2.2 Pengertian Jasa .....	12
2.3 Komunikasi Pemasaran .....	13
2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	13
2.3.2 Fungsi dan Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	17

2.3.2.1 Fungsi Komunikasi Pemasaran .....	17
2.3.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	17
2.3.3 Proses Komunikasi Pemasaran .....	19
2.4 Fasilitas .....	21
2.4.1 Pengertian Fasilitas .....	21
2.4.2 Unsur-unsur Penyedia Fasilitas Dalam Usaha Jasa .....	21
2.4.3 Pengukuran dan Penilaian Kualitas Pelayanan .....	25
2.4.4 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	26
2.5 Kepuasan Pelanggan .....	27
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	27
2.5.2 Tujuan Pemberian Kepuasan Pelanggan .....	30
2.5.3 Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	30
2.5.4 Mengukur Kepuasan pelanggan .....	32
2.6 Hubungan Antar Variabel .....	33
2.6.1 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan pengunjung .....	33
2.6.2 Pengaruh Ketersediaan Fasilitas terhadap kepuasan Pengunjung .....	34
2.7 Penelitian Terdahulu .....	35
2.8 Kerangka Berfikir Teoritis .....	38

2.9 Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	42
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	42
3.2.1 Variabel Penelitian .....	42
3.2.2 Definisi Operasional .....	43
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	46
3.4 Populasi Dan Sampel .....	47
3.4.1 Populasi .....	47
3.4.2 Sampel .....	48
3.5 Pengumpulan Data .....	49
3.6 Uji Instrumen Data.....	50
3.6.1 Uji Validitas .....	50
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	51
3.7 Hasil Uji Instrumen Data .....	52
3.7.1 Hasil Uji Validitas .....	52
3.7.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
3.8 Pengolahan Data .....	57
3.9 Metode Analisis Data .....	58
3.9.1 Analisis Deskriptif .....	58
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	58

3.9.3 Pengujian Hipotesis .....	61
3.9.3.1 Uji t (Parsial) .....	61
3.9.3.2 Uji F (Simultan) .....	62
3.9.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	65
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	65
4.2 Gambaran Umum Responden .....	68
4.2.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.2.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia .....	69
4.2.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan ..	70
4.3 Deskriptif Variabel .....	70
4.3.1 Variabel Komunikasi Pemasaran .....	70
4.3.2 Variabel Ketersediaan Fasilitas .....	71
4.3.3 Variabel Kepuasan Pengunjung .....	72
4.4 Analisis Data .....	74
4.4.1 Uji t (Parsial) .....	75
4.4.2 Uji Berganda .....	78
4.4.3 <i>Adjusted R Square</i> .....	79
4.5 Pembahasan .....	82



4.5.1 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap	
Kepuasan Pengunjung .....	82
4.5.2 Pengaruh Ketersediaan Fasilitas Terhadap	
Kepuasan Pengunjung .....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	87
5.1 Kesimpulan .....	87
5.2 Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Data Kunjungan Wisatawan Museum Kretek Kudus Tahun 2015	5
<b>Tabel 1.2</b> Data Kunjungan Wisatawan Museum Kretek Kudus Tahun 2016	6
<b>Tabel 3.1</b> Hasil Uji Validitas Komunikasi Pemasaran .....	53
<b>Tabel 3.2</b> Hasil Uji Validitas Ketersediaan Fasilitas .....	54
<b>Tabel 3.3</b> Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengunjung .....	55
<b>Tabel 3.4</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	56
<b>Tabel 4.1</b> Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
<b>Tabel 4.2</b> Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia .....	69
<b>Tabel 4.3</b> Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan .....	70
<b>Tabel 4.4</b> Frekuensi Variabel Komunikasi Pemasaran .....	71
<b>Tabel 4.5</b> Frekuensi Variabel Ketersediaan Fasilitas .....	72
<b>Tabel 4.6</b> Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung .....	73
<b>Tabel 4.7</b> Coefficients <sup>2</sup> .....	74
<b>Tabel 4.8</b> Coefficients <sup>2</sup> .....	75
<b>Tabel 4.9</b> Anova <sup>b</sup> .....	78
<b>Tabel 4.10</b> Model Summary .....	80

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Model Proses Komunikasi Pemasaran .....	15
<b>Gambar 2.2</b> Proses Komunikasi Pemasaran.....	20
<b>Gambar 2.3</b> Konsep Kepuasan Pelanggan.....	29
<b>Gambar 4.1</b> Hasil Analisis Data .....	81

